

Giovedì, Marzo 24, 2011

Login Text Size

# B&G Business & Gentlemen

La rivista online  
B2B dedicata  
alle imprese lombarde

B&G  
preferisce  
Mozilla Firefox

Search...

 Local  Web  Images

Home Canali Business Canali Style La redazione Partner Contattaci Edicole Fotogallery Gli Speciali

## CANALI BUSINESS



**Economy**  
servizi e approfondimenti sul  
mondo dell'economia



**Personaggi**  
volti e storie dei protagonisti del  
mondo del business



**Focus Imprese**  
aziende, ritratti di eccellenza,  
innovazione, qualità



**Marketing e Comunicazione**  
strategie commerciali, pubblicità  
e protagonisti



**Tecnologie**  
novità e anticipazioni legate al  
mondo tecnologico



**Internazionalizzazione**  
globalizzazione e business oltre  
confine



**Premi e concorsi**  
premi e concorsi riservati ad  
aziende ed imprenditori



**Eventi biz**  
forum e convegni dedicati al  
mondo del business



**Fiere**  
le maggiori fiere dedicate alle  
imprese



**Giri di poltrona**  
chi va e chi viene ai vertici delle  
maggiori aziende



**Ecosostenibile**  
novità e iniziative per un  
business più green

## CANALI STYLE

in collaborazione con LUXGALLERY.IT



**Luxury**  
il mondo del lusso in tutte le sue  
varianti

## NEWS:

Mettere in condivisione le esperienze, avere la consapevolezza della propri...

## Quali strumenti per innovare

Giovedì 24 Marzo 2011 12:08



nell'interscambio di prodotti biotech con l'India. Sul  
Mettere in condivisione le esperienze, avere la consapevolezza della propria  
unicità, dare un valore concreto al network, sapere inventare, conoscere e  
soprattutto saper rischiare. Di fronte all'innovazione, al lungo e complesso  
processo di cambiamento verso un futuro completamente nuovo, imprenditori  
e manager sono chiamati a mettere in discussione vecchi schemi per trovarne  
e scoprirne di nuovi.

Schemi in cui tornano spesso parole come "rete", "invenzione", "conoscenze",  
"formazione" e "intangibile". "È finita l'epoca del "fai da te" - commenta

**Sebastiano Barisoni**, Caporedattore News Radio 24 de Il Sole 24 Ore,

nell'ambito del workshop "Integrare per Innovare" organizzato nei giorni scorsi a Milano, da **Warrant Group** e **Knowita**.  
La piccola e media impresa degli anni '70 e '80 è cresciuta con un difetto: non pianificava e andava avanti senza la  
consapevolezza del perché le cose succedevano in un determinato modo. Ora è finita questa epoca e non possiamo  
più permetterci azioni o mosse libere, ci deve essere una consapevolezza e una conoscenza di fondo".

Come costruire questa innovazione quindi? La riflessione ha visto snocciolarsi punti di vista differenti di docenti,  
imprenditori, autorità istituzionali e manager, tra cui **Stefano Zambon**, professore Ordinario di Economia Aziendale  
dell'Università di Ferrara, **Enzo Rullani**, Professore di Economia della Conoscenza TeDIS (Venice International  
University) e **Andrea Pontremoli**, amministratore delegato di Dallara Automobili ed ex AD di IBM.

Secondo **Zambon** per innovare bisogna prima di tutto "capire, inventare, conoscere, educare, organizzare, gestire,  
informare, valutare, investire e rischiare". Ergo partire con il capire gli insegnamenti e gli strascichi lasciati da questa  
crisi per arrivare a "inventare non solo tecnologie o idee brillanti ma lasciando che una strategia emergente possa  
apparire ed essere conosciuta". L'innovazione, a detta di Zambon, presuppone conoscenze e una formazione di fondo  
perché ogni novità va "organizzata, pensata, pianificata, coordinata e ordinata", sia esternamente che internamente ad  
ogni azienda. L'innovazione andrebbe quindi gestita (passando attraverso la collaborazione quale nuova sfida),  
protetta e soprattutto fatta conoscere e, in ultimo, bisogna investirci tenendo conto della componente "rischio".

Una lezione che **Andrea Pontremoli** ha conosciuto e messo in pratica in IBM prima e in Dallara oggi. La parola  
d'ordine per il Direttore dell'azienda più importante al mondo per costruzione di macchine da corsa, resta l'unicità. "Le  
aziende chiuse non saranno mai innovative. Un imprenditore deve essere in grado di dire "Solo io" e non "Anch'io".  
Un'azienda deve essere unica e deve avere una posizione precisa nel mercato. In Dallara investiamo circa il 30% in  
innovazione e da sempre abbiamo scelto di seguire solo alcune cose su cui continuiamo a investire, il resto ci arriva da  
fuori. Una scelta che premia. Se sono unico mi vengono a cercare i grandi e questo significa che ho un mio preciso  
know how che altri non possono copiarci. Per crescere bisogna essere un metro avanti agli altri". Come? Partendo  
dalla formazione. "Siamo cresciuti a compartimenti stagni quindi per innovare bisogna mettersi in condivisione e  
riuscire a capire l'altro".

Non esiste innovazione senza rischio e di questo ne è consapevole il professor **Enzo Rullani**. "Il futuro è di chi fa  
investimenti a rischio - afferma - Gli imprenditori devono essere consapevoli che continuando a seguire un treno che  
non è il loro, rischiano di perdere la loro diversità e unicità". La vera scommessa del futuro resta una: investire su  
un'idea e trovare i giusti compagni di viaggio, innovare e mettersi in rete e per farlo bisogna dare valore a tutto quanto è  
immateriale. "La maggior parte delle nostre imprese ha investito in assets tangibili, poco o niente nell'immateriale.  
Finora lo sviluppo senza investimenti immateriali è stato un vantaggio perché ha ridotto le barriere all'ingresso per le  
neoimprese e ha abbattuto i costi nella competizione - prosegue Rullani - ma nel capitalismo globale della  
conoscenza di oggi questo è diventato un limite. Il valore aggiunto oggi è dato dalla qualità delle idee, dei significati,  
delle esperienze e dei servizi, ergo dall'intangibile, il cui valore di mercato dipende totalmente dal futuro e dalle idee  
che abbiamo al riguardo". Le idee differenziano l'impresa, fornendole la possibilità di conseguire in futuro un profitto  
differenziale rispetto alla norma. Affinché queste idee possano essere propagate secondo Rullani, sono due le leve da  
sfruttare: la globalizzazione e la smaterializzazione. La prima permette di aumentare i moltiplicatori delle buone idee, la  
seconda è indispensabile per separare le idee dalle persone, dalle aziende e da contesti unici e difficilmente  
riproducibili. "L'esistenza di grandi moltiplicatori connessi ai mercati globali è dunque un formidabile incentivo a  
smaterializzare le buone idee estraendola dal suo contesto materiale di origine e propagandola in forma di codici,  
moduli, signifi cati, modelli estetici, esperienze, identità, servizi e attenzione forniti al cliente (modelli riproducibili). Il  
significato (modello ecc.), separato dal prodotto, può essere riprodotto e trasferito a costo basso e in tempo breve da  
un capo all'altro del pianeta". E se innovare significa condividere, ecco che il sistema "rete" diventa fondamentale per  
"ridurre i costi, gli investimenti richiesti, aumentare il valore ottenuto da ciascuno con l'uso della propria conoscenza -  
conclude il professor Rullani - perché la rete mette a disposizione le economie di scala del sistema".

Sull'importanza del network è tornato **Mirano Sancin**, direttore generale e consigliere delegato del Parco Scientifico  
Tecnologico Kilometro Rosso che, sottolineando il valore dell'integrazione e della condivisione di esperienze per  
recuperare competitività e redditività, ha raccontato l'esperienza di uno dei più concreti esempi di innovazione messa in  
rete. Il Kilometro Rosso infatti è nato con la missione principale di valorizzare l'effetto sistema del processo innovativo



**Moda**

le novità più esclusive e di classe dal mondo della moda



**Yacht**

le ultime novità nel settore della nautica



**Motori**

tutte le ultime novità nel settore delle auto di lusso



**Architettura e design**

protagonisti e progetti, la creatività va in scena



**Benessere**

proposte per il relax a cinque stelle



**Viaggi e Hotel**

i più esclusivi con le mete meno conosciute



**Arte**

gli eventi più esclusivi legati al settore dell'arte



**Vino e Ristorazione**

alla scoperta dei paradisi del gusto e dei migliori vini

nelle sue componenti economiche, tecnologiche, sociologiche e istituzionali e realizzare un forte legame tra scienza di base, ricerca industriale, sviluppo tecnologico e innovazione. Nel giro di pochi anni è riuscito ad attivare un circolo virtuoso attraverso la collaborazione e le sinergie tra realtà differenti.

**Aggiungi commento**

Nel capoluogo lombardo un'impresa individuale su 3 ha il titolare nato fuor...

Nome (richiesto)

E-Mail (richiesta)

Sito web

ha il titolare nato fuori...

Notificami i commenti successivi

Nell'ultimo trimestre del 2010 l'interscambio con l'estero delle impr...



Aggiorna

Invia

0 Comments

Canale Economy

Canale Eventi biz

Canale Focus imprese

Canale Personaggi

In alto